

**ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA UKM BATIK SYAFIRA DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh:  
**PRO PATRIA**

**LEONARDUS CAHYO PUTRANTO DEO**

**01213113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA**

**2017**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

### ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA UKM BATIK SYAFIRA DI SURABAYA

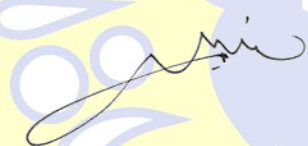
DIAJUKAN OLEH:

**LEONARDUS CAHYO PUTRANTO DEO**

**01213113**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

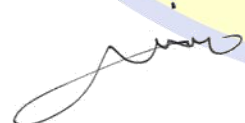
DOSEN PEMBIMBING,



(I Gede Arimbawa S.E, M.M)

TANGGAL <sup>15/3/2017</sup> .....

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(I Gede Arimbawa S.E, M.M))

TANGGAL <sup>15/3/2017</sup> .....

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN  
PADA HARI SELASA, TANGGAL 21 FEBRUARI 2017

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA UKM BATIK  
SYAFIRA DI SURABAYA**

Disusun Oleh : Leonardus Cahyo Putranto Deo  
NIM : 01213113  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Tim Penguji :

1. I Gede Arimbawa S.E, M.M

.....  
15/3/2017

2. Santiningrum Soebandhi, S.E,M.Com

.....  
15/3/2017

3. Sengguruh Nilowardono, S.E, M.Psi

.....

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leonardus Cahyo Putranto Deo

NIM : 01213113

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA UKM BATIK SYAFIRA DI SURABAYA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya

Pada tanggal : 21 Februari 2017

  
( Leonardus Cahyo Putranto Deo)



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa strategi yang digunakan untuk peningkatan daya saing pada UKM Batik Syafira di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisa SWOT dengan menggunakan *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS), *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS), Matriks SWOT dan Matrik Internal – Eksternal (GE-Model) sebagai variabel pengukurannya.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut (1) analisa dengan IFAS, UKM Batik Syafira memiliki skor kekuatan (*strengths*) : 1,86 dan skor kelemahan (*weaknesses*) : 0,76, dengan total IFAS : 2,62. Skor  $S > W$ , sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan lebih unggul daripada kelemahannya, (2) analisa EFAS, menunjukkan bahwa skor peluang (*opportunities*) : 2,00 dan skor ancaman (*threats*) : 1,50, dengan total EFAS : 3,50. Skor  $O > T$ , sehingga dapat dikatakan peluang yang dimiliki oleh UKM lebih banyak dari pada ancaman yang dihadapinya, (3) hasil analisa SWOT menunjukkan bahwa posisi UKM Batik Syafira pada kuadran I, yang berarti bahwa kekuatan dan peluang (SO) lebih besar daripada kelemahan dan ancaman (WT). Dengan demikian strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan atau pengembangan yang agresif, (4) hasil analisa matrik *general electric* menunjukkan posisi bisnis UKM Batik Syafira berada diantara kuadran I dan II, yaitu untuk mendukung pertumbuhan bisnis UKM dapat melalui integrasi horizontal dan integrasi vertikal.

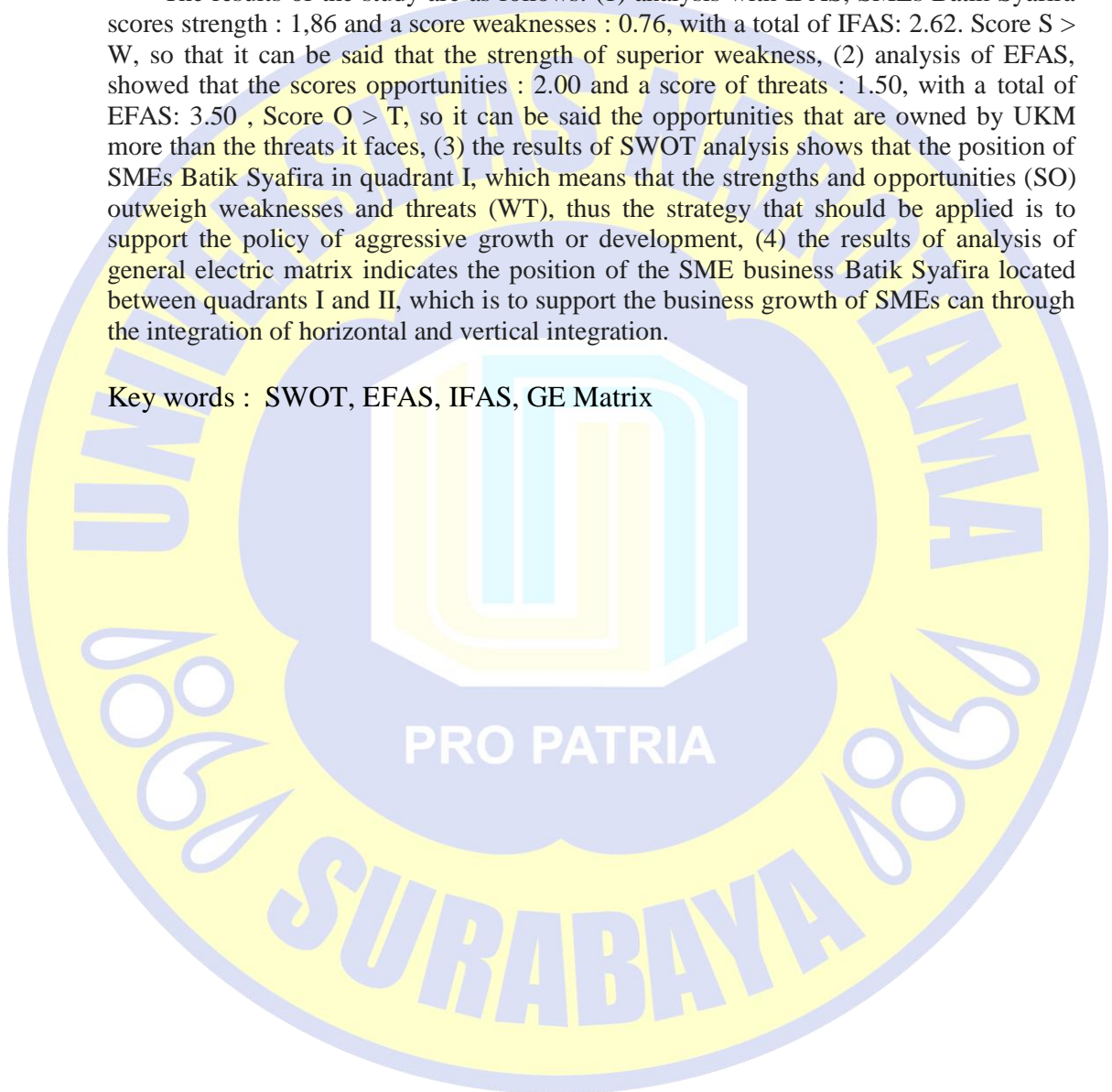
Kata kunci: SWOT, EFAS, IFAS, GE Matrik

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the strategies used to increase the competitiveness of Batik Syafira in Surabaya. The method used in this research is SWOT analysis using Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS), External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS), SWOT Matrix and Matrix Internal - External (GE-Model) as a measurement variable.

The results of the study are as follows: (1) analysis with IFAS, SMEs Batik Syafira scores strength : 1,86 and a score weaknesses : 0.76, with a total of IFAS: 2.62. Score  $S > W$ , so that it can be said that the strength of superior weakness, (2) analysis of EFAS, showed that the scores opportunities : 2.00 and a score of threats : 1.50, with a total of EFAS: 3.50 , Score  $O > T$ , so it can be said the opportunities that are owned by UKM more than the threats it faces, (3) the results of SWOT analysis shows that the position of SMEs Batik Syafira in quadrant I, which means that the strengths and opportunities (SO) outweigh weaknesses and threats (WT), thus the strategy that should be applied is to support the policy of aggressive growth or development, (4) the results of analysis of general electric matrix indicates the position of the SME business Batik Syafira located between quadrants I and II, which is to support the business growth of SMEs can through the integration of horizontal and vertical integration.

**Key words :** SWOT, EFAS, IFAS, GE Matrix



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Persetujuan Publikasi .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Halaman Abstrak .....	viii
Halaman Abstract .....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Bab I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	6

## Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Research Gab.....	11
2.3 Kerangka Teori.....	12
2.4 Kerangka Konsep Penelitian .....	27

## Bab III : METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian .....	29
3.2 Narasumber.....	29
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	29
3.3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.3.2 Sumber Data .....	29
3.3.3 Teknik Pengambilan Data.....	30
3.4 Definisi Operasional.....	38
3.4.1 Faktor Strategis Eksternal.....	38
3.4.2Faktor Strategis Internal.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1 Metode Analisa Deskriptif.....	38
3.5.2 Analisa SWOT.....	38
3.5.3 <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)</i> .....	40
3.5.4 <i>External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)</i> .....	42
3.5.5 Matriks SWOT.....	44
3.5.6 Matriks Internal-Eksternal.....	47



## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil UKM .....	50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Faktor Internal dan Eksternal.....	50
4.2.2 Perhitungan Penentuan Pembobotan Skor SWOT.....	53
4.2.3 <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i> (IFAS).....	53
4.2.4 <i>External Strategic Factors Analysis Summary</i> (EFAS)....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.3.2 Matriks SWOT .....	58
4.3.3 Perumusan Strategi Bersaing.....	61

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64

Daftar Pustaka

Daftar Riwayat Hidup

Lampiran

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 IFAS.....	42
Tabel 3.2 EFAS.....	44
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	45
Tabel 3.4 Diagram Matriks Internal-Eksternal.....	48
Tabel 4.1 Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	52
Tabel 4.2 Bobot dan Rating.....	53
Tabel 4.3 IFAS.....	55
Tabel 4.4 EFAS.....	56
Tabel 4.5 Analisis Matriks GE-Model.....	57
Tabel 4.6 Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT.....	59
Tabel 4.7 Matriks SWOT .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	27
---	----



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis IFAS, UKM Batik Syafira memiliki skor kekuatan (*strengths*) : 1,86 dan skor kelemahan (*weaknesses*) : 0,76, dengan total IFAS : 2,62. Skor  $S > W$ , sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan lebih unggul daripada kelemahan UKM tersebut.
2. Berdasarkan analisis EFAS, UKM Batik Syafira memiliki skor peluang (*opportunities*) : 2,00 dan skor ancaman (*threats*) : 1,50, dengan total EFAS : 3,50. Skor  $O > T$ , sehingga dapat dikatakan peluang yang dimiliki oleh UKM lebih banyak dari pada ancaman yang dihadapinya.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi UKM Batik Syafira pada kuadran I, yang berarti bahwa kekuatan dan peluang (SO) lebih besar daripada kelemahan dan ancaman (WT). Dengan demikian strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan atau pengembangan yang agresif. Strategi ini dapat ditempuh dengan cara :



- 1) Memperluas pasar dengan selalu berinovasi, meningkatkan kreatifitas, dan menambah varian produk yang menggunakan unsur batik.
- 2) Menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal terhadap produk kita
- 3) Mempertahankan ciri khas batik Madura yang dimiliki dan memperbanyak *design* yang lebih eksklusif
4. Hasil analisa matrik *general electric* menunjukkan posisi bisnis UKM Batik Syafira berada diantara kuadran I dan II, yaitu untuk mendukung pertumbuhan bisnis UKM dapat melalui integrasi horizontal dengan meningkatkan penetrasi pasar dan pengembangan produk (*market penetration and product development*) dan integrasi vertikal dengan meningkatkan kualitas pemasok dan pengrajin batik yang bekerja sama dengan UKM serta memperbanyak agen atau distributor yang dapat memasarkan batik UKM.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Pengrajin harus dapat membuat produk-produk untuk selalu *up to date* dan sesuai dengan pasar, karena harus diingat bahwa karakteristik produknya adalah produk *fashion* dengan *lifetime* yang pendek.

2. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi harus ditingkatkan, disamping biaya yang minim dampak promosi melalui media social seperti facebook dan instagram terasa lebih signifikan.
3. Memperbanyak dan memperluas jaringan dengan cara memperbanyak agen atau distributor yang dapat membantu memasarkan batik tersebut, sehingga Batik Syafia lebih dikenal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Aisyah. 2016. *Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby.*
- Ariati Anomsaril, Mahmud2. 2011. *Peningkatan Kinerja Perusahaan pada Usaha Kecil Menengah Batik Wanita Di Pekalongan.*
- Bonita, Farah. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang.*
- Buckley, P.J.et.al. 1988. “*Measures of International Competitiveness: A Critical Survey*”, *Journal of Marketing Management.*
- Endah, Fenty Kurnia. 2014. *Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya Bojonegoro.*
- Kasmiruddin, Chintya Armi. 2014. *Analisa SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Usaha Sepatu (Kasus Toko Sepatu STARS Cabang Marpoyan Pekanbaru).*
- Ommani, Ahmad Reza. 2011. *Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat farmers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran.*
- Putri, Elysa Paramitha. 2015. *Analisa SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Usaha Batik (Studi Kasus: Industri Batik SYN-Surakarta).*

Rangkuti F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sihombing, Jaya Parlindungan. 2015. *Analisis SWOT pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik Mas Pekalongan*. Skripsi Mahasiswa Sarjana Manajemen FE Universitas Negeri Semarang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, <http://www.indonesia.go.id>.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dari <http://www.indonesia.go.id>.

Wanty, Efi Eka. 2006. *Analisis Produksi Batik Cap dari UKM Batik Kota Pekalongan* (Studi Pada Sentra Batik Kota Pekalongan-Jawa Tengah). Thesis Mahasiswa Pasca Sarjana Magister Manajemen FE UNDIP Semarang.

Widyaningrum, Diana Elma. 2012. *Strategi Pemasaran Kampung Batik Lawean Solo*.

Wibowo, Dimas Handika. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM* (Studi pada Batik Diajeng Solo).